第46卷　第6期
2023年6月

干旱区地理
ARID LAND GEOGRAPHY

Vol. 46　No. 6
Jun. 2023

基于居民感知的敦煌市旅游全球化路径研究

王一丹[1]，　杨永春[1,2]，　刘　清[3]，　陆仲明楠[4]，　何　瑶[1]

（1. 兰州大学资源与环境学院，甘肃 兰州　730000；2. 兰州大学西部环境教育部重点实验室，甘肃 兰州　730000；3. 中山大学地理科学与规划学院，广东 广州　510275；4. 悉尼大学建筑设计与规划学院，澳大利亚 悉尼　2006）

摘　要：以敦煌市为例，从居民观念认同和感知的视角构建结构方程模型，探讨敦煌市城市全球化的影响因子和作用路径，并结合改革开放以来敦煌市的全球化表现，分析文化旅游导向的中国内陆城市的"反向"全球化路径。结果表明：（1）本地居民全球化观念认同正向促进了敦煌市城市全球化过程。对外交往与合作对敦煌市城市全球化发展的推动是通过提升城市文化旅游资源全球影响力间接实现的，机构交流合作与学术讨论可以显著提升城市旅游知名度。城市景观与国际接轨可以促进敦煌市日益融入国际旅游网络。（2）敦煌市城市转型与全球化发展可分为3个阶段，第一阶段在境外游客参观访问产生的市场需求推动下，实现由传统农业县向文化旅游城市转型；第二阶段形成了以文化旅游产业为支柱的城市经济发展模式，并加速完善和提升城市基础设施和服务设施；第三阶段由现代文化旅游城市向"国际交流中心""国际一流旅游目的地"转型，持续深化文旅产业融合，加强全球目标市场开拓。（3）受市场力量驱动和政府宏观政策调控影响，敦煌市旅游要素时空演化具有明显的阶段性、不平衡性和非均衡性。研究结果可为此类城市突破"路径锁定"，科学制定全球化战略提供参考，是关系到我国崛起与全方位开放的重大科学问题。

关 键 词：全球化路径；居民感知；结构方程模型；敦煌市

文章编号：1000－6060(2023)06－1024－14(1024～1037)

城市全球化研究兴起于1970年。新自由主义成为当代城市全球生产和全球社会转型的基础和主导力量[1-2]，促使西方各国的发展政策及社会文化相互影响的同时，构成了大都市全球化的基本框架，这体现在经济、政治、社会、文化等层面叠加式的城市转型特征，引起了学术界的广泛关注。全球化相关研究目前在理论层面已形成了完善的概念框架和理论体系，并从实践层面针对不同学科领域和不同地域空间展开了丰富探讨，在全球化发展动力、全球城市网络和全球城市区域等方面取得了显著进展。国外学者侧重于概述发达国家/地区以及发展中国家经济发达地区少数城市的全球化过程和性质[3-5]，尤其是伦敦、纽约等超级城市[6]；基于全球秩序和全球化的资本逻辑以及中国东部沿海发展的"先导战略"，中国的关注对象则集中在东部地区全球化路径选择[7-8]。改革开放以来，我国地方政府多采用全球通用策略，充分利用制度、资源和市场优势，通过投资、贸易等方式积极融入经济全球化进程，逐步建设全球城市，如程慧芳分析了经济全球化背景下国际直接投资的发展路径[9-11]。扁平化、包容性的全球思维使得后进地区产业升级可以突破传统的"农业-工业-服务业"线性模式融入到全球城市网络之中[12]，旅游业作为全球经济中增长最快、关联最广、规模最大的行业，成为加速后进地区全球化进程的重要推动力量。中国迄今的城市全球化研究工作非常缺乏后进地区"反梯度"全球化相关案例分析，尽管有学者注意到建设服务型城市是实现城市全球化的有效途径，但现有研究主要

收稿日期：2022-08-11；　**修订日期**：2022-10-26
基金项目：国家自然科学基金项目(41971198，41571155)；第二次青藏高原综合科学考察研究(2019QZKK1005)资助
作者简介：王一丹(1998-)，女，硕士研究生，主要从事城市全球化等方面的研究. E-mail: kokoc20@163.com
通讯作者：杨永春(1969-)，男，教授，博士生导师，主要从事城市与区域发展、转型与规划等方面的研究. E-mail: yangych@lzu.edu.cn

关注了全球化这一复杂的不确定过程变化在服务业中的具体表现[13]，相对忽视了旅游对城市全球化的推动作用。居民作为旅游目的地建设及与游客发生交互的重要行为主体，目的地居民感知成为国内外学者研究较多的议题。国外学者侧重于分析居民对旅游业的影响感知[14-15]、环境感知[16]、旅游支持[17-18]等，国内研究则多集中于旅游目的地居民积极感知[19]、旅游影响感知[20-22]等。

基于此，本文以敦煌市为例，以全球化背景下居民观念认同和环境感知为出发点构建旅游城市全球化形象感知概念模型，结合改革开放以来旅游推动敦煌市由本土化向全球化转化的演化过程和特征，尝试归纳以文化旅游为导向的"具有内陆根植性"的城市全球化新路径。这将有助于丰富城市全球化理论，为科学制定此类城市的全球化战略和相关政策提供借鉴。

1　研究区概况

敦煌市地处甘肃省河西走廊最西端，自古乃中西经济、文化交流的必经之地。自1979年被确定为第一批对外开放旅游城市，与日俱增的旅游业推动了敦煌市城市全方面发展，现已成为全省乃至全国对外开放和文化交流的重要窗口城市。因此，该案例是研究"国际旅游+文化交流大事件"共同推动城市全球化发展的典型案例。

2　研究设计

2.1　研究假设与概念模型

文化旅游型城市指以文化旅游资源为主要吸引物推动城市全面发展，且文化旅游发展活跃的区域[23]。本研究通过对比分析不同的全球化感知模型，在朱竑等学者[24-30]的研究基础上，结合达沃斯小镇、瑞士洛桑等世界知名旅游目的地发展模式[31-32]，构建本地居民全球化观念认同、交通与通信、城市景观、城市外语环境、文化交流、旅游城市品牌、城市全球化形象感知之间的研究假设和指标体系，以测度敦煌市异于东部沿海城市的全球化显著影响因素。

2.1.1　全球化观念认同　"观念认同"常用来表达个体对在互动过程中形成的价值偏好、规范化观念和行为模式等的共同看法和一致理解[24]。全球化时代，全球及个人层面的社会互动不仅深刻改变了区域间的经济交往和世界面貌，还影响着当地居民的精神形态和文化生活。全球化观念认同主要指居民在全球化互动过程中形成的对"全球一体化"和"全球公民身份"的认同，这不仅是政府政策引导的结果，更是本地居民自我确认的结果。一般来说，具有全球化观念认同的居民能够更为灵敏的感知区域是否具有全球化形象[25]。因此，提出假设H1a：全球化观念认同对文化交流全球化感知具有显著正向影响；H1b：全球化观念认同对旅游城市品牌全球化感知具有显著正向影响；H1c：全球化观念认同对城市全球化形象感知具有显著正向影响。

2.1.2　交通与通信全球化　交通与通信是人、物、信息实现空间位置转换的主要途径。传统文化需要依附相应载体呈现，在跨文化交流中，现代交通技术可以为文化产品提供大空间传输载体，为文化交流、学术访问和度假旅游提供远程位移工具[26]；便捷的信息和通讯网络可以实现信息数据的大空间和远距离交流，向世界传播城市景象和社会风貌。可以认为，技术进步形成的"时空压缩"可以消除地理上的空间障碍[27]，在促进国家、地区间交流合作和塑造城市国际形象方面均具有显著作用。故提出假设H2a：交通与通信全球化对文化交流全球化感知具有显著正向影响；H2b：交通与通信全球化对旅游城市品牌全球化感知具有显著正向影响。

2.1.3　城市景观全球化　在全球化和国际合作不断发展的背景下，地方性、地方化、地方认同和全球化相互影响，多元化的城市景观塑造了鲜明的城市形象[28]，对于推动旅游城市品牌全球化具有重要意义。文化是城市景观设计的重要参照，城市景观作为文化精神等抽象氛围的载体，是本地居民对于文化交流全球化最直观的感知，因此与国际接轨的城市景观有助于推进本地居民对于城市文化全球化的感知[29]。故提出假设H3a：城市景观全球化对文化交流全球化感知具有显著正向影响；H3b：城市景观全球化对旅游城市品牌全球化感知具有显著正向影响。

2.1.4　城市外语环境　城市外语环境指城市使用世界各种语言进行沟通交流和信息传播的广度、深度和频度。城市建设过程中在设施、标识等方面向旅游方向倾斜是发展旅游业的必然要求[30]，城市外语环境感知可以传递城市的国际语言交流能力和多元文化的包容能力，因此，营造国际化的城市语言环境和语言服务是打造国际旅游城市的必要前提

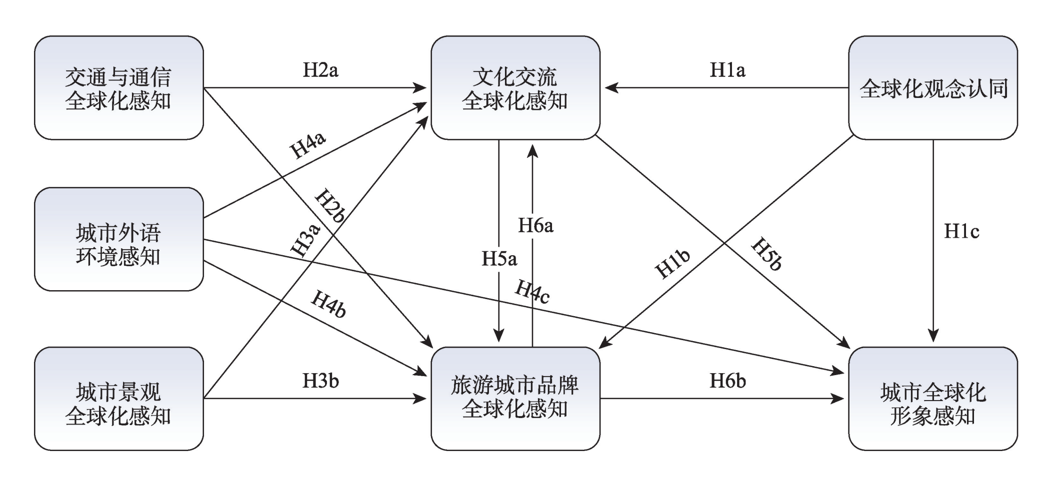
和基本内容。由于外语环境的建构往往伴随着全球文化认同建构进行，城市外语环境国际化水平从一定程度上映射了城市的全球化水平。故提出假设H4a：城市外语环境国际化对文化交流全球化感知具有显著正向影响；H4b：城市外语环境全球化对旅游城市品牌全球化感知具有显著正向影响；H4c：敦煌市外语环境全球化对城市全球化形象感知具有显著正向影响。

2.1.5 文化交流全球化 文化是旅游的灵魂和重要内容，文化交流往往伴随着人流、物流、信息流、资本流等方式进行，可以提升城市文化国际渗透力和影响力，是城市打造世界知名旅游目的地的有效途径。故提出假设H5a：文化交流全球化对旅游城市品牌全球化感知具有显著正向影响。随着中国经济融入到全球产业链、价值链，科学技术和经济贸易的发展推动着各文化主体频繁互动，国际间文化交流与合作日益增多且越来越具有全球性特征，为国际经贸往来创造有利的氛围，是经济发展的潜在动力。达沃斯小镇便是依托会议经济实现全球化建设的典型例子[31]，可以说，文化交流作为全球化背景下国际间交流合作的产物，本身就是城市全球化的衡量指标之一。因此，提出假设H5b：文化交流全球化对城市全球化形象感知具有显著正向影响。

2.1.6 旅游城市品牌全球化 旅游城市品牌指旅游者对旅游目的地一般或普遍的认知和联想[33]，能对旅游者的消费决策产生重要影响。旅游城市品牌全球化指旅游目的地在国际旅游格局中的竞争力不断提高，城市日益融入国际旅游网络。城市品牌作为旅游城市的核心竞争力，本地居民倾向于认为旅游城市品牌在世界范围内的知名度和影响力是文化旅游城市全球化的重要体现，意味着旅游城市品牌全球化给予本地居民更积极正面的城市全球化形象感知。基于此，提出假设H6a：旅游城市品牌全球化对文化交流全球化感知具有显著正向影响；H6b：旅游城市品牌全球化对城市全球化形象感知具有显著正向影响。本文构建的文化旅游型城市全球化形象居民感知的概念模型如图1所示。

2.2 调研设计与变量选取

野外调研设计分为2个部分：一是访谈相关政府官员、管理人员和规划人员；二是问卷调研。问卷初步设计在研究假设的基础上参考了相关研究量表，于2020年9月预调研后修订。问卷内容分为2个部分，第一部分是调查对象的人口学统计特征，第二部分是本地居民全球化感知调查，相关概念测



注：H1a为具有全球化观念认同的本地居民能够更为灵敏的感知敦煌市文化交流全球化；H1b为具有全球化观念认同的本地居民能够更为灵敏的感知敦煌市品牌全球化；H1c为具有全球化观念认同的本地居民能够更为灵敏的感知敦煌市全球化形象；H2a为本地居民认为敦煌市交通与通信全球化在促进敦煌市文化交流全球化方面具有显著作用；H2b为本地居民认为敦煌市交通与通信全球化在促进敦煌市品牌全球化方面具有显著作用；H3a为本地居民认为敦煌市景观全球化在促进敦煌市文化交流全球化方面具有显著作用；H3b为本地居民认为敦煌市景观全球化在促进敦煌市品牌全球化方面具有显著作用；H4a为本地居民认为敦煌市外语环境国际化在促进敦煌市文化交流全球化方面具有显著作用；H4b为本地居民认为敦煌市外语环境全球化在促进敦煌市品牌全球化方面具有显著作用；H4c为本地居民认为敦煌市外语环境全球化在促进敦煌市城市全球化方面具有显著作用；H5a为本地居民认为敦煌市文化交流全球化在促进敦煌市品牌全球化方面具有显著作用；H5b为本地居民认为敦煌市文化交流全球化在促进敦煌市城市全球化方面具有显著作用；H6a为本地居民认为旅游城市品牌全球化在促进敦煌市品牌全球化方面具有显著作用；H6b为本地居民认为旅游城市品牌全球化在促进敦煌市城市全球化方面具有显著作用。下同。

图1 文化旅游型城市全球化形象居民感知概念模型

Fig. 1 A conceptual model of residents' perceptions of the global image of cultural tourism cities

量、编码及参考来源如表1所示，采用5级李克特量表计分法进行评估。问卷还设置两道开放问题，征询本地居民对城市全球化发展的主观感受和建议。

2.3 数据获取与样本概况

2020年10月，与市政府相关部门、敦煌研究院和规划院等进行10余次面对面访谈，同时以目前在敦煌市辖区从事生产和生活的居民为调查对象，采取偶遇抽样和沿街入户(店)两种方式发放问卷，现场填答并回收。共回收问卷350份，采用表列删除法剔除存在缺失值和极端值的问卷，问卷有效率为98%。在有效样本中，50%的样本居住时长超过30 a，职业广泛分布在个体商业经营户、商业服务人员、政府部门或企事业单位等领域，且样本量在测量项目数目的5倍以上，可以保证结构方程模型分析结果较为合理。对比相关研究的区域人口和有效问卷数量，本研究成果具有代表性和普适性。

关于敦煌市旅行社及酒店数据，本研究选取截止2020年10月工商部门登记注册运营的旅行社企业名单及基于携程APP、美团APP爬取得到的敦煌市运营酒店企业名单，并剔除不在经营的企业信息。借助百度坐标拾取系统详细标定所有要素的位置信息，地理配准并以楼栋为单元进行矢量化。

3 结果与分析

3.1 敦煌市全球化形象感知影响因素分析

3.1.1 信度与效度分析 对量表进行信度与效度分析(表2)，量表克朗巴哈系数(α值)为0.934，各潜变

表1 概念测量

Tab. 1 Conceptual measurement

概念	编码	观测变量	参考来源
全球化观念认同(GI)	GI1	我与世界联系紧密	Joseph等[34]；余洋洋等[35]；封丹等[36]
	GI2	我乐于接受和学习外来文化、思想观念与生活方式	
	GI3	我对全球世界有很强的依恋情感	
	GI4	全球化对敦煌市旅游发展前景很重要	
城市全球化形象感知(PGCI)	PGCI1	敦煌市正在全球化	Zhu等[37]
	PGCI2	敦煌市在各历史时期都承担对外交往的重要国际职能	
	PGCI3	敦煌市的旅游接待水平越来越全球化	
	PGCI4	敦煌市文化的全球影响力越来越强	
文化交流全球化感知(PCG)	PCG1	全球范围内研究学习“敦煌学”的机构、学者众多	余国扬[31]；文彤等[38]
	PCG2	全球发行的有关敦煌学的论文、专著众多	
	PCG3	敦煌市研究机构组织国际文化出访与来访批次日益增多	
	PCG4	以敦煌市文化为题材的影视作品、歌舞剧、艺术等日益走向世界	
	PCG5	敦煌市中西方文化交流较深，既影响着全球宗教文化，又塑造了地方浓厚的礼佛之风	
	PCG6	敦煌学和宗教文化可以在全球的宗教信仰者引起共鸣	
交通与通信全球化感知(PTCG)	PTCG1	敦煌市国际航空港建设日益完备，国际航空旅客吞吐量日益增大	刘卫东[27]；吴偲等[39]；马凌等[26]
	PTCG2	敦煌市国际定期直飞航线覆盖区域越来越广	
	PTCG3	敦煌市国际互联网出口带宽覆盖范围越来越广，互联网用户普及率日益提高	
城市景观全球化感知(PULG)	PULG1	旅游建设促进了敦煌市的建筑形式国际化发展	卢松等[40]；张心怡等[29]
	PULG2	敦煌市星级宾馆、饭店、国际旅行社日益增多	
	PULG3	敦煌市的城市规划、建设、景区开发越来越面向全球化	
	PULG4	敦煌市的国际会展中心、大剧院、博物馆文化设施建设越来越与国际接轨	
旅游城市品牌全球化感知(PTCBG)	PTCBG1	敦煌市承办的国际节事、会议增多，全球旅游知名度提高	袁玲燕等[41]
	PTCBG2	敦煌市莫高窟的佛教文化旅游具有全球影响力	
	PTCBG3	敦煌市政府、文化研究机构越来越重视敦煌旅游品牌的全球营销与宣传	
	PTCBG4	敦煌市的文创产品、地方美食、风俗文化、特色节庆对国际游客具有吸引力	
城市外语环境感知(PFLUE)	PFLUE1	敦煌市会说外语或学习外语的人数越来越多	徐茗等[42]
	PFLUE2	敦煌市的外文媒体、营销网站、旅游介绍、外文出版物日益增多	
	PFLUE3	敦煌市的外文公共标识、旅游景区标识越来越多	
	PFLUE4	地方当局对居民/从业人员英语学习的推广力度和重视程度越来越大	

量α值均达到0.640以上，说明样本数据信度较高且内部一致性良好，潜变量样本信度可接受。量表KMO统计量值为0.937，大于0.7的标准，达到显著水平，说明本地居民全球化感知量表中各个题项相关系数矩阵间存在显著差异，适合进行因子分析。

3.1.2 模型拟合与修正 依托AMOS 22.0软件，运用极大似然估计法对概念模型进行适配度检验（表3），初始概念模型M1多数指标均未达到理想数值，拟合效果较差。根据M1指数添加残差之间的共变进行修正，整体上修正模型M2与样本数据的匹配度较好，分析结果可靠，可用于敦煌市全球化形象感知影响机制分析。

3.1.3 结构方程模型分析

（1）研究假设检验

当路径假设检验P值小于0.05、误差临界比率C.R.的绝对值大于1.96时路径假设成立[28]。如图2所示，初始假设H1a、H1c、H2a、H3a、H3b、H4a、H4b、H5a、H6a、H6b得到验证。由变量之间的因果关系和潜在变量间路径标准化系数可知，本地居民对交通与通信技术提升、城市景观全球化与城市外语环境国际化的感知可以相互提升，且城市景观的变化至关重要。不支持的假设说明交通与通讯水平对敦煌市城市品牌全球化影响不显著；敦煌市本地居民全球化观念认同对城市品牌全球化感知影响不显著；国际间文化交流合作对城市全球化影响不显著。

（2）变量间作用路径分析

由于外生变量既可以直接影响内生变量，又可以通过影响内生变量间接影响城市全球化感知，因此敦煌市居民城市全球化感知总体效应包含直接效应与间接效应两部分[43]（表4）。其中，全球化观念认同对城市全球化感知的正向影响最大，说明本地居民乐于接受和学习外来文化、思想观念与生活方式在敦煌市城市全球化过程中发挥了显著正向促进作用；旅游城市品牌全球化对城市全球化有显著正向影响，说明敦煌市莫高窟佛教文化旅游在全球的影响力和吸引力在城市全球化发展过程中发挥了积极作用；由文化交流全球化的影响路径可知，国际间交流合作对城市全球化的推动是通过提升敦煌市文化旅游资源国际知名度和影响力，推动会议经济发展等方式间接实现的。此外，敦煌市旅游城市品牌全球化既直接影响城市全球化感知，又间接地成为城市景观全球化、文化交流全球化、城市外语环境对城市全球化作用的中间变量。城市景观全球化对旅游城市品牌全球化的正向影响最显著，说明与国际接轨的城市规划、景区建设、基础设施与旅游服务设施建设可以大幅提升城市文化和旅游品牌的全球影响力。

3.2 敦煌市全球化路径分析

3.2.1 敦煌市城市转型与全球化发展历程 根据调研和访谈结果，敦煌市改革开放以来的全球化历程可分为以下3个阶段：

（1）1980—2000年为快速起步阶段。随着"敦

表2 信度与效度检验结果

Tab. 2 Reliability and validity test results

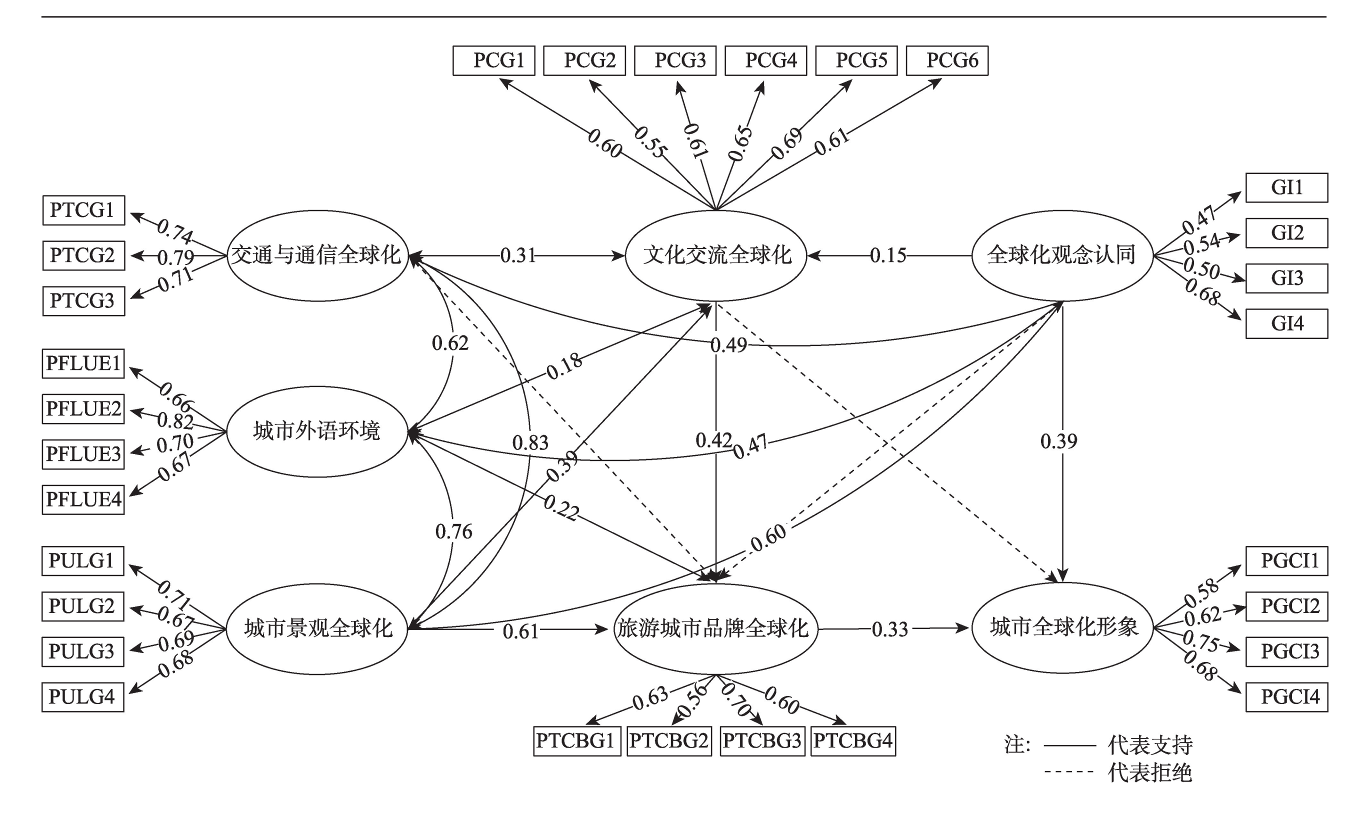
潜变量	可测变量数	克朗巴哈系数（α值）	KMO统计量
全球化观念认同	4	0.641	0.709
城市全球化形象感知	4	0.733	0.748
文化交流全球化感知	6	0.803	0.806
交通与通信全球化感知	3	0.755	0.643
城市景观全球化感知	4	0.780	0.789
旅游城市品牌全球化感知	4	0.724	0.756
城市外语环境感知	4	0.812	0.651

表3 初始概念模型M1和修正模型M2拟合度比较

Tab. 3 Fit comparison of the initial conceptual model M1 and the modified model M2

假设模型	拟合指数								
	CMIN/DF	NFI	CFI	IFI	TLI	RMR	RMSEA	PGFI	PNFI
理想标准	<3	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.05	<0.05	>0.5	>0.5
初始概念模型M1	2.349	0.813	0.882	0.883	0.866	0.037	0.063	0.698	0.718
M1修正模型M2	1.998	0.844	0.914	0.915	0.901	0.035	0.054	0.706	0.732
模型M2拟合评价	理想	接受	理想	理想	理想	理想	接受	理想	理想

注：CMIN/DF为卡方/自由度；NFI为规范拟合指数；CFI为比较拟合指数；IFI为增值拟合指数；TLI为Tucker-Lewis指数；RMR为均方根误差；RMSEA为近似误差均方根；PGFI为节俭拟合指数；PNFI为节俭规范拟合指数。



注：PCG为文化交流全球化感知；PTCG为交通与通信全球化感知；PFLUE为城市外语环境感知；PULG为城市景观全球化感知；PTCBG为旅游城市品牌全球化感知；GI为全球化观念认同；PGCI为城市全球化形象感知。

图2 修正后的结构方程模型

Fig. 2 Modified structural equation model

表4 标准化后敦煌市居民城市全球化形象感知结构方程模型潜变量间的连锁效应

Tab. 4 Cascading effects between latent variables of standardized structural equation model on the city globalization image perceptions of residents in Dunhuang

效应类型	路径	标准化路径系数
间接效应	交通与通信全球化→文化交流全球化→旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.04
	城市景观全球化→旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.20
	城市景观全球化→文化交流全球化→旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.05
	城市外语环境→旅游城市品牌全球化→城市形象全球化	0.07
	城市外语环境→文化交流全球化→旅游城市品牌全球化→城市形象全球化	0.02
	全球化观念认同→文化交流全球化→旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.02
	文化交流全球化→旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.14
直接效应	旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.33
总效应	交通与通信全球化→城市全球化形象	0.04
	城市景观全球化→城市全球化形象	0.25
	城市外语环境→城市形象全球化	0.09
	全球化观念认同→城市全球化形象	0.41
	文化交流全球化→城市全球化形象	0.14
	旅游城市品牌全球化→城市全球化形象	0.33

煌学”成为一门国际性的著名学说，改革开放初期敦煌市旅游业更多的被作为外交事业，游客以境外游客为主且入境游客数量呈稳健增长态势（图3），境外游客参观访问产生的市场需求推动着敦煌市旅游业高速发展，本地居民自发学习外语。为适配高速发展的旅游业，敦煌市的基础设施和服务设施

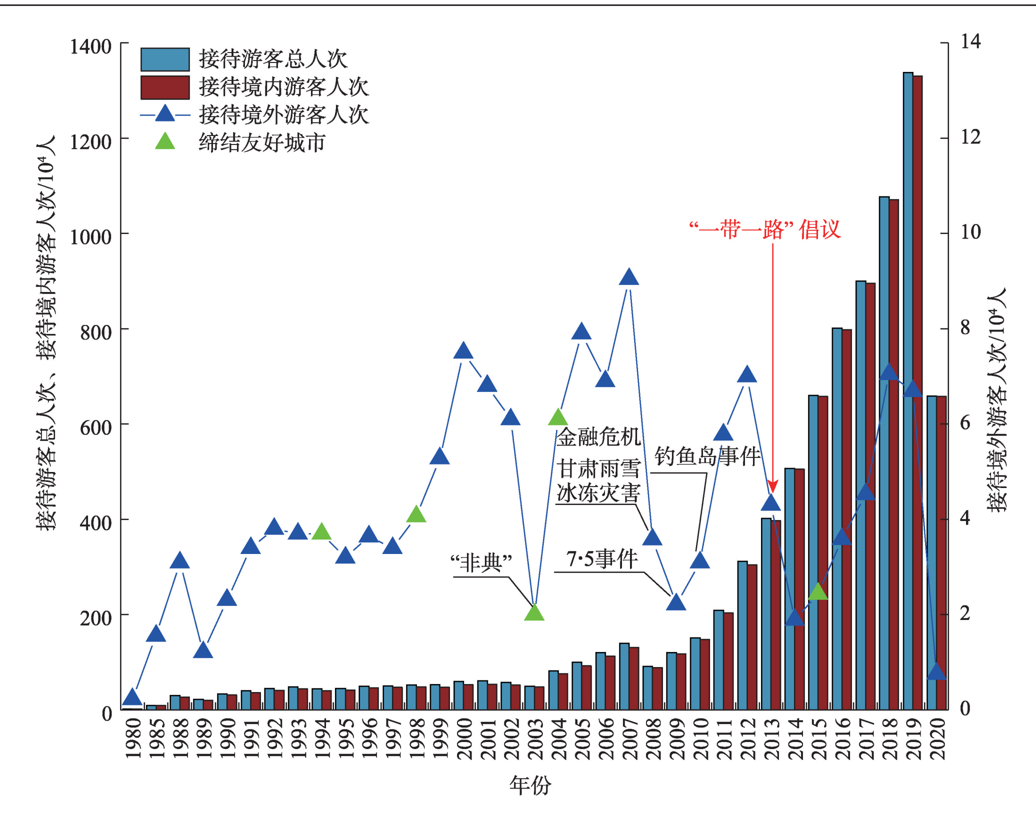


图3 敦煌市境内外游客数量

Fig. 3 Numbers of domestic and foreign tourists in Dunhuang City

在政府宏观调控下得到了显著发展，并与日本臼杵市、镰仓市缔结友好城市关系。1998年敦煌市第三产业增加值首次超过第一产业，成为对国民经济贡献最大的产业，实现了由传统农业县向现代文化旅游城市转型。

“那时候在博物馆还有街上经常看到一些外国游客，都是专门来莫高窟的。刚改革开放，老百姓没那么多钱，再加上敦煌市地理位置比较偏远，交通也没那么发达，所以国内游客不多，基本都是从国外来的，”敦煌市本地居民回忆道。

“我们最开始也没有参与到旅游开发中，还是以种植李广杏、枣树、桃树为主，就是当时谁家有骆驼，就会牵到鸣沙山那里供游客骑乘游览、拍照，妇女会售卖一些自己制作的手工制品，”引自月牙村的村民。

(2) 2000—2012年为稳定发展阶段。敦煌市三产增加值超过一产、二产增加值的总和，旅游增加值占城市GDP及三产增加值比重逐年上升，确立了以旅游业为支柱的城市发展模式（图4）。此阶段，敦煌市全球化发展以政府引导下的本地居民为主导。敦煌市政府明确了敦煌市“国际旅游文化交流中心”战略地位，鼓励本地居民参与旅游开发，重点突出文化特色的城市风貌打造，基础设施日臻完善，相继与澳大利亚悉尼高嘉华市、韩国南海郡和日本日光市缔结为友好城市，并开通了国际直飞航班（包机）。

(3) 2013—2020年为改革发展阶段。敦煌市进入智慧旅游时代，全球化水平快速提高。“一带一路”倡议与丝绸之路（敦煌）国际文化博览会为敦煌市“打造国际一流旅游目的地，建设国际交往中心”搭建了更国际化的合作交流战略平台，敦煌市旅游、会展国际化程度显著增高，国际交流合作不断深化。截止2020年，敦煌市已与丝路沿线50多个地市、国内70多个景区（点）建立了旅游产业联盟，与4个国家的6个城市缔结友好城市关系。

总体上，敦煌市改革开放以来游客数量与旅游收入基本保持逐年增长态势，仅2019年起受新冠肺炎疫情影响呈明显下降态势（图5）。值得注意的是，敦煌市入境旅游较为敏感，抵抗不稳定因素的能力较弱，对国内外形势和安全因素的依赖性较强（图3）。2000年之后，敦煌市入境游客数量由于国际国内形势、国际自然灾害、缔结友好城市等原因

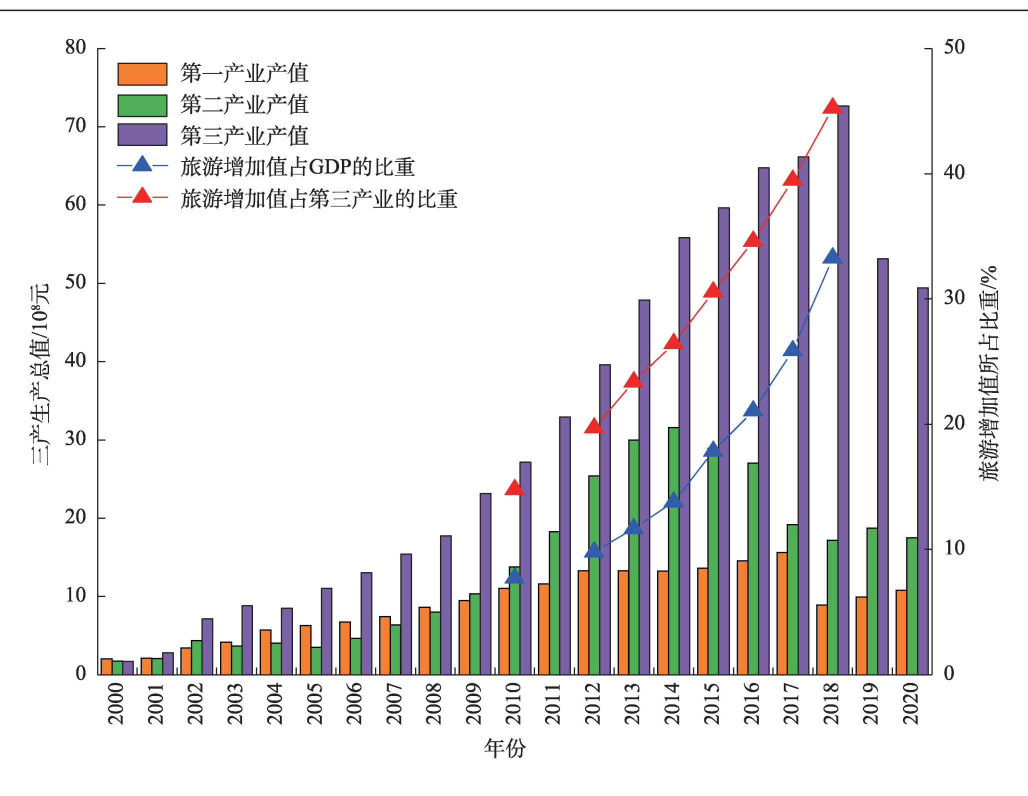


图4 敦煌市产业变化及旅游增加值占比

Fig. 4 Changes of industrial structure and added value of tourism in Dunhuang City

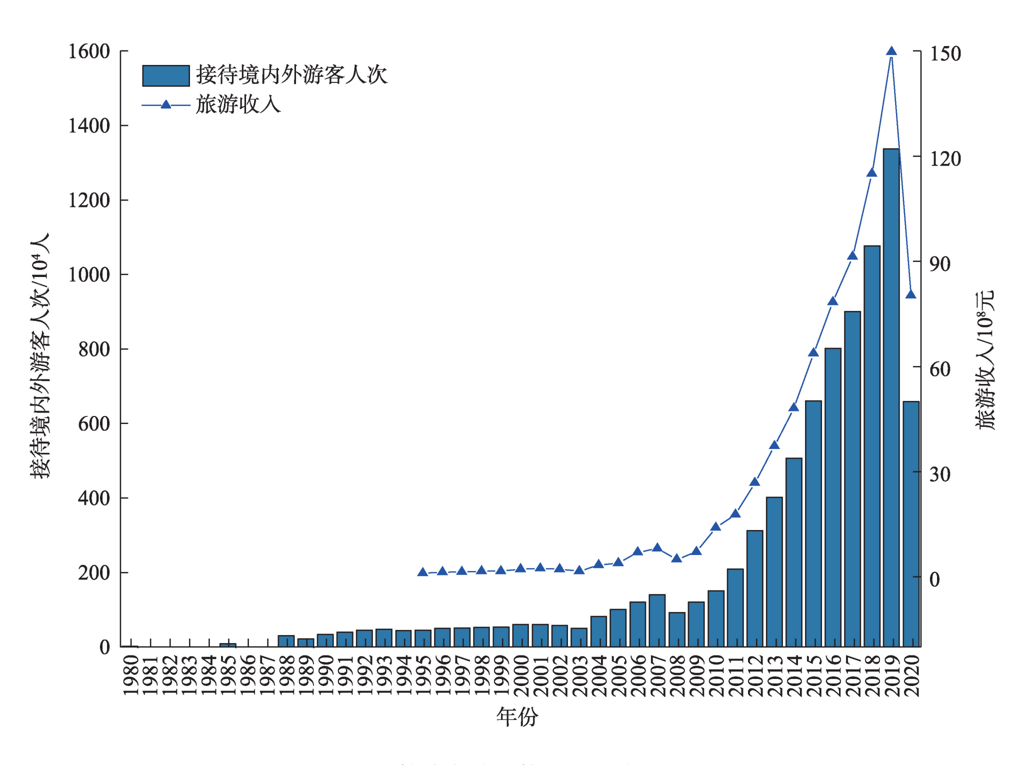


图5 敦煌市游客数量与旅游收入

Fig. 5 Number of visitors and tourism revenue in Dunhuang City

呈现明显波动性。受地理距离与文化距离的影响，敦煌市2007—2018年入境游客主要集中在亚洲地区(图6)。

3.2.2 敦煌市城市转型与全球化基本模式与特征 构建结构方程模型要求变量之间必须假定存在相关关系，否则无法完成参数估计，但其内涵需要结合实

际具体分析[24]。根据结构方程模型结论，结合实地调研、访谈和现场观察结果，本研究从政府、居民、境外游客和学术机构4个行为主体分析敦煌市全球化驱动机制(图7)。从敦煌市全球化发展历程来看，敦煌市城市全球化最初是由全球性的旅游参观、接待等城市外交活动推动敦煌市世界文化遗产地旅游兴起(H5a)；随后，敦煌市国际旅游推动城市建设与转型，相关基础设施和服务设施不断现代化

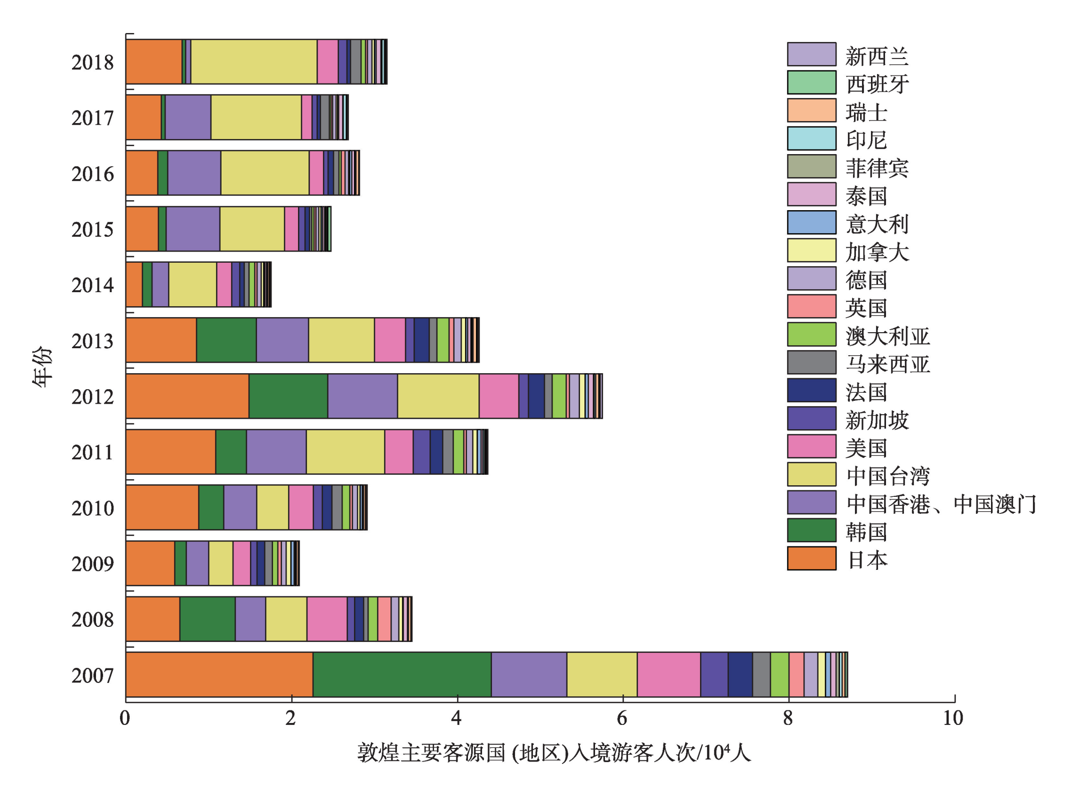


图6 2007—2018年敦煌市主要客源国(地区)入境游客分布

Fig. 6 Distribution of travelers' resource countries (regions) of inbound tourists of Dunhuang City from 2007 to 2018

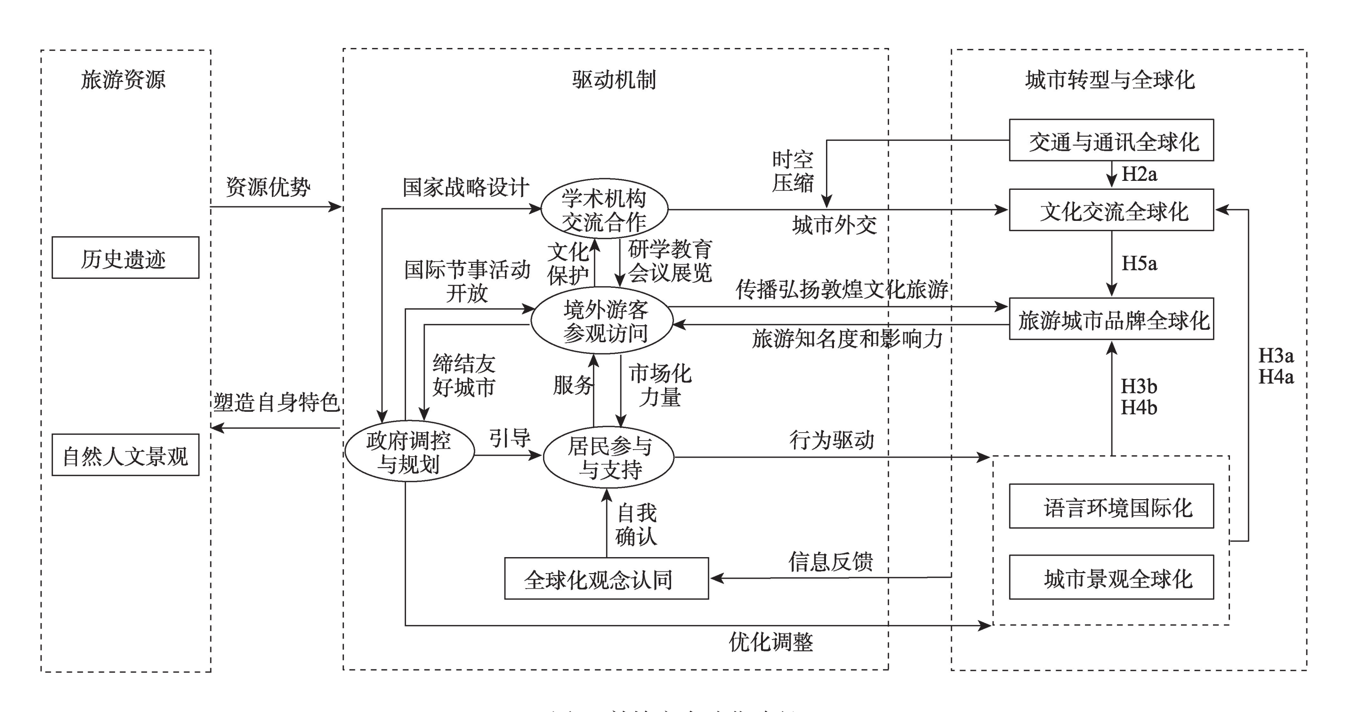


图7 敦煌市全球化路径

Fig. 7 Globalization path of Dunhuang City

和国际化，并采取对外交流与旅游推介会相结合的方式不断拓宽敦煌市客源市场，增加旅游市场的稳定性（H3a、H4a）；最后敦煌市的城市转型与文化景观又反哺于城市旅游与全球营销（H3b、H4b）。

敦煌市城市品牌"世界敦煌、人类敦煌"的营销思路便表明敦煌市的文化旅游与城市全球化进入到一个相互促进的演化阶段。一方面，敦煌市市政府与敦煌研究院作为关键行动者，与旅游公司、居民、媒体等行动者形成推动全球化联盟，采取鼓励政策与资金支持、环境卫生与风貌整治、国际宣传推介等行动机制推动敦煌市城市品牌全球化营销。另一方面，市政府推动敦煌市旅游市场与资源开发的集中化规范化运作，即通过城市营销机制发展敦煌市文化旅游，配合国家"一带一路"倡议与文博会国际大事件，缔结国际友好城市，打造丝绸之路节点城市与国际旅游名城。如此，城市政府由旅游市场经济的引导者与鼓励者，研究院的后勤保障角色转变为城市全球营销与建设的管理运作者，敦煌市旅游也由民间自发交流和研究院牵头的学术交流进入各国政府间的对话形式，常态化、官方化、正式化、多方参与的国际文化交流局面形成。

在这个不断对外开放和国际旅游发展的过程中，敦煌市城市设施建设与文化、生态环境的提升或重组很好的服务于敦煌市旅游和文化交流的国际化进程，目的是尽可能吸引国际游客，并延长游客在敦煌市的停留时间。例如，敦煌市利用西部大开发战略及国际大事件积极推动有利于国际化的城市基础设施、服务设施与文化旅游景观地等的塑造、建设或提升，城市景观更加（后）现代，服务质量更加符合国际需求。例如，敦煌市注重城市文化特色风貌改造，积极开发旅游资源，全要素完善旅游功能；敦煌市的旅行社及酒店不但品质大为提升，且在门市选址上表现出"集聚效应"，涉外酒店规模也逐年增加（图8）。从地理空间来看，敦煌市酒店类型多样，区位选址上具有明显差异。1980—2012年舒适型酒店和经济型酒店大规模出现，主要集中在沙洲市场、车站和机场。2013—2015年"一带一路"倡议极大推动了敦煌市旅游业的发展，青年旅社、民宿和农家院在沙洲镇和景区附近大量出现，并向周边地区扩散。2016—2019年文旅开拓创新和智慧旅游、智慧城市建设都对旅游业发展起到积极的推动作用，以文化主题为特色的农家客栈与沙

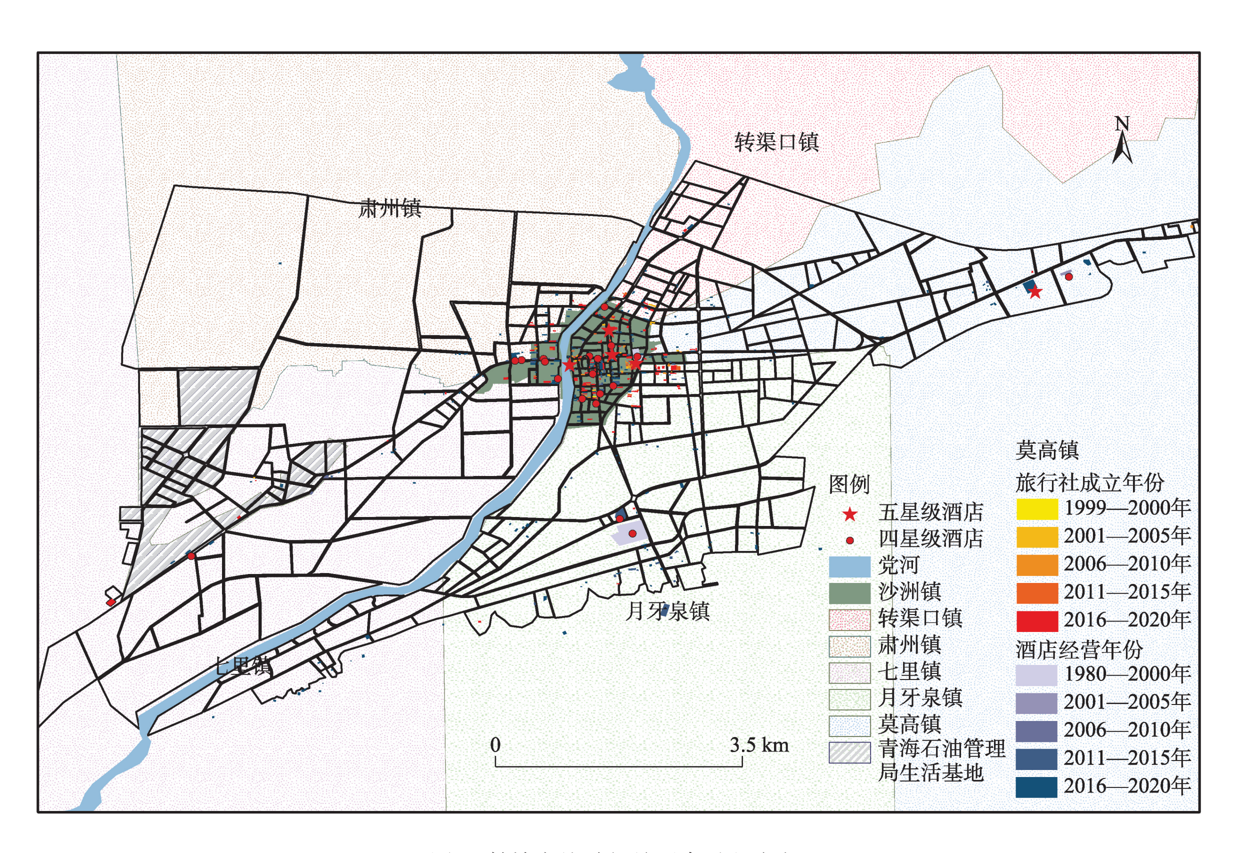


图8　敦煌市旅游相关要素时空演变

Fig. 8　Spatial-temporal evolution of tourism-related elements in Dunhuang City

漠露营基地在鸣沙山、月牙泉附近大量出现(图8)。同时,丝绸之路国际文化博览会的落户助推了会议导向下的新型旅游模式出现,高端型酒店数量也随之增加。与酒店相比,敦煌市旅行社在区位选址上则更为集中,主要分布在敦煌市主城区,即沙州镇及周边地区。

4 讨论

城市全球化是城市内生机制与外部动力相互作用的结果,城市全球化路径反映的是经济活动组织方式的质变。改革开放以来,我国城市全球化发展主要以跨国公司为主体,通过跨国资本、跨国机构、跨国移民及政府制度改革等动力共同作用实现,在空间上呈现全球要素与本土要素局部共生特征。如上海国际社区以外商投资主要动力推动经济发展,同时为满足跨国移民国际化需求,在城市建设和管理过程中增添国际化色彩,进而推动文化和社会国际化发展。随着全球化的迭代,专精全球城市建设对塑造城市乃至人类未来具有重大意义,上海、深圳、杭州等一线及超一线城市正在尝试探索创新城市、智慧城市等前沿领域专精全球城市建设。

本研究关注了敦煌市依托文化旅游资源,突破传统"农业–工业–服务业"线性产业变革模式逐步融入到服务全球化的发展进程。贯穿敦煌市城市改革发展的核心思路是以文化旅游业为焦点的产业结构变革,纵向上敦煌市产业变革以入境游客为第一层面,政府主导为第二层面,学术机构为第三层面,本地居民为第四层面,形成立体化协同配合模式;横向上则形成文化旅游与城市全球化相互促进演化发展模式,即以旅游对外开放与国际文化交流为动力,通过国际旅游推动城市建设与转型,文化景观又反哺于城市旅游与全球营销,最终形成以文化旅游产业为主导的产业结构和国际文化旅游城市的全球身份。本研究可为经济不发达但文化资源富集地区参与全球社会分工,推动城市重构和转型提供有效发展途径,同时为后发城市(尤其是欠发达地区的城市)进一步探索适合自身特点的全球城市塑造模式提供自信。

此外,本地居民作为城市发展和转型的重要参与者、利益主体与环境变化的直接感受者,全球化背景下本地居民感知研究对打造全球旅游目的地尤为重要。现有全球化研究多从企业视角展开,现有旅游目的地研究多从旅游者视角展开,本研究可补充居民视角下旅游城市全球化研究相关内容。

5 结论

(1) 本地居民乐于接受和学习外来文化、思想观念与生活方式在敦煌市城市全球化过程中正向促进了敦煌市城市全球化;国际间交流合作对城市全球化的推动是通过提升敦煌市文化旅游资源国际知名度和影响力,推动会议经济发展等方式间接实现的;对文化交流全球化有显著影响的因素为城市景观全球化及交通与通信全球化,因为敦煌市位于我国西部深内陆地区,便捷的交通通信可极大程度地促进城市文化交流与合作;敦煌市城市规划、景区建设、基础设施与旅游服务设施建设可促进敦煌市国际旅游知名度不断提高,有助于日益融入国际旅游网络。

(2) 改革开放以来,敦煌市将文化资源优势转为经济优势,形成了以旅游为导向突破传统"农业–工业–服务业"线性产业变革模式的城市全球化路径。从敦煌市全球化的发展历程来看,敦煌市的城市全球化因旅游对外开放与国际文化交流而起,随后国际旅游推动城市建设与转型,敦煌市的城市转型与文化景观又反哺于城市旅游与全球营销。这个全球化历程大致可分为快速起步、稳定发展和改革发展3个阶段:一是由传统农业县向文化旅游城市转型,境外游客参观访问产生的市场需求推动城市旅游业高速发展,助推第三产业逐渐成为对国民经济贡献最大的产业;二是由文化旅游城市向文旅融合发展的现代化旅游城市转变,形成了以文化旅游产业为支柱的城市经济发展模式,并加速完善和提升城市基础设施和服务设施;三是由现代文化旅游城市向"国际交流中心""国际一流旅游目的地"转型,即持续深化文旅产业融合,实行"旅游+"文化旅游新产业,加强全球目标市场开拓。

参考文献(References)

[1] Herbert C W, Murray M J. Building from scratch: New cities, privatized urbanism and the spatial restructuring of Johannesburg after apartheid[J]. International Journal of Urban and Regional Research, 2015, 39: 471–494.

[2] Watson V. African urban fantasies: Dreams or nightmares?[J]. En-

vironment and Urbanization, 2014, 26(1): 215-231.

[3] Yao C, Richard L. China's hybrid global city region pathway: Evidence from the Yangtze River Delta[J]. Cities, 2018, 77: 81-91.

[4] Ilya C, Daniel B. Multiple pathways to global city formation: A functional approach and review of recent evidence in China[J]. Cities, 2013, 35: 181-189.

[5] Wei Y D, Leung C K. Development zones, foreign investment, and global city formation in Shanghai[J]. Growth and Change, 2005, 36: 16-40.

[6] Gibb M, Cape T, A secondary global city in a developing country [J]. Environment and Planning C: Government and Policy, 2007, 25(4): 537-552.

[7] 康江江, 徐伟, 宁越敏. 基于地方化、城市化和全球化制造业空间集聚分析——以长三角区域为例[J]. 地理科学, 2021, 41 (10): 1773-1782. [Kang Jiangjiang, Xu Wei, Ning Yuemin. Dynamic regional manufacturing agglomeration in the Yangtze River Delta region[J]. Scientia Geographica Sinica, 2021, 41(10): 1773-1782.]

[8] 李正图, 姚清铁. 经济全球化、城市网络层级与全球城市演进[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2019, 51(5): 67-78, 237-238. [Li Zhengtu, Yao Qingtie. Economic globalization, city network and the development of global cities[J]. Journal of East China Normal University (Humanities and Social Sciences Edition), 2019, 51(5): 67-78, 237-238.]

[9] 屠启宇. 21世纪全球城市理论与实践的迭代[J]. 城市规划学刊, 2018(1): 41-49. [Tu Qiyu. On the evolution of global city theory and practices[J]. Urban Planning Forum, 2018(1): 41-49.]

[10] 贺灿飞, 胡绪千. 1978年改革开放以来中国工业地理格局演变[J]. 地理学报, 2019, 74(10): 1962-1979. [He Canfei, Hu Xuqian. Evolution of Chinese industrial geography since reform and opening-up[J]. Acta Geographica Sinica, 2019, 74(10): 1962-1979.]

[11] 程惠芳. 经济全球化与国际直接投资发展路径探讨[J]. 浙江工业大学学报, 2002(3): 3-9. [Cheng Huifang. The study of economic globalization and the development path to foreign direct investment [J]. Journal of Zhejiang University of Technology, 2002(3): 3-9.]

[12] 杨丹辉. 全球化、服务外包与后起国家产业升级路径的变化: 印度的经验及其启示[J]. 经济社会体制比较, 2010(4): 160-165. [Yang Danhui. Globalization, service outsourcing and the changing path of industrial upgrading in latecomer countries: India's experience and its implications[J]. Comparative Economic and Social Systems, 2010(4): 160-165.]

[13] 张懿玮, 高维和. 从服务型城市到全球城市的逻辑机理和实现路径[J]. 北京社会科学, 2021(7): 63-75. [Zhang Yiwei, Gao Weihe. From service-oriented city to global city: Logical mechanism and realization path[J]. Social Sciences of Beijing, 2021(7): 63-75.]

[14] Li F X, Zhang G J. Border resident perceptions of sanctions and tourism: A case study of North Korea[J]. Tourism Management Perspectives, 2021, 38(14): 100821, doi: 10.1016/j.tmp.2021.100821.

[15] Tovar B, Espino R F, Pino L D. Residents' perceptions and attitudes towards the cruise tourism impact in Gran Canaria[J]. Research in Transportation Business & Management, 2020, 45(7): 100586, doi: 10.1016/j.rtbm.2020.100586.

[16] Sung H, Jung U. Radiation risk perception and its associated factors among residents living near nuclear power plants: A nationwide survey in Korea[J]. Nuclear Engineering and Technology, 2022, 54(4): 1295-1300.

[17] Hateftabar F, Chapuis J M. How resident perception of economic crisis influences their perception of tourism[J]. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2020, 43: 157-168.

[18] Shama N, Xu H. Infrastructure-driven development and sustainable development goals: Subjective analysis of residents' perception[J]. Journal of Environmental Management, 2021, 294: 112931, doi: 10.1016/j.jenvman.2021.112931.

[19] 孙佼佼, 郭英之. 古村落旅游地居民积极感知测度与多元影响路径——以昆山市周庄为例[J]. 经济地理, 2022, 42(6): 213-221. [Sun Jiaojiao, Guo Yingzhi. Measurement of multiple influence paths of the residents' positive perception in ancient village tourism destination: Taking Zhouzhuang, Kunshan City as an example[J]. Economic Geography, 2022, 42(6): 213-221.]

[20] 郭安禧, 郭英之, 梁丽芳, 等. 古镇旅游地居民旅游影响感知对支持旅游开发的影响——信任旅游开发公司的调节作用[J]. 世界地理研究, 2019, 28(6): 178-188. [Guo Anxi, Guo Yingzhi, Liang Lifang, et al. Influence of residents' tourism impact perception on support for tourism development in ancient towns: Based on the moderating role of trusting in tourism development company [J]. World Regional Studies, 2019, 28(6): 178-188.]

[21] 吴丽敏, 黄震方, 谈志娟, 等. 江南文化古镇居民旅游影响感知及其形成机理——以同里为例[J]. 人文地理, 2015, 30(4): 143-148. [Wu Limin, Huang Zhenfang, Tan Zhijuan, et al. Tourism impact perception of residents in Jiangnan ancient town and its formation mechanism: A case study of Tongli[J]. Human Geography, 2015, 30(4): 143-148.]

[22] 郭安禧, 郭英之, 李海军, 等. 旅游地社区居民旅游影响感知与生活质量感知关系研究[J]. 世界地理研究, 2017, 26(5): 115-127. [Guo Anxi, Guo Yingzhi, Li Haijun, et al. Relationship between perceived tourism impacts and perceived quality of life of community residents in tourist destinations[J]. World Regional Studies, 2017, 26(5): 115-127.]

[23] 李观凤, 焦华富, 王群. 干旱区文化旅游地社会-生态系统恢复力年际变化及影响因素——以甘肃省敦煌市为例[J]. 干旱区地理, 2022, 45(3): 935-945. [Li Guanfeng, Jiao Huafu, Wang Qun. Interannual variation and influencing factors of social-ecological system resilience of cultural tourism destination in arid area: A case of Dunhuang City, Gansu Province[J]. Arid Land Geography, 2022, 45(3): 935-945.]

[24] 刘博, 朱竑. 全球化形象与环保形象对消费行为意向的影响——基于国际快时尚品牌H&M的案例[J]. 地理学报, 2017, 72(4): 699-710. [Liu Bo, Zhu Hong. Influence of perceived brand global-

ness and environmental image on consumption intentions: A case study of H&M[J]. Acta Geographica Sinica, 2017, 72(4): 699-710.]

[25] 娄伟. 观念认同与地区秩序建构——兼谈中国新安全观在建构东亚秩序中的作用[J]. 东南亚研究, 2012(1): 53-57. [Lou Wei. Idea identity and regional order constructing: Also talking about the effects of China's new concept of security on East Asia order [J]. Southeast Asian Studies, 2012(1): 53-57.]

[26] 马凌, 谢圆圆, 袁振杰. 新型全球化与流动性背景下知识移民研究: 议题与展望[J]. 地理科学, 2021, 41(7): 1129-1138. [Ma Ling, Xie Yuanyuan, Yuan Zhenjie. A review of intellectual migration research under the background of globalization and mobility: Topics and prospects[J]. Scientia Geographica Sinica, 2021, 41(7): 1129-1138.]

[27] 刘卫东. 新冠肺炎疫情对经济全球化的影响分析[J]. 地理研究, 2020, 39(7): 1439-1449. [Liu Weidong. The impacts of COVID-19 pandemic on the development of economic globalization[J]. Geographical Research, 2020, 39(7): 1439-1449.]

[28] 张捷, 卢韶婧, 杜国庆, 等. 中、日都市旅游街区书法景观空间分异及其文化认同比较研究[J]. 地理科学, 2014, 34(7): 831-839. [Zhang Jie, Lu Shaojing, Du Guoqing, et al. On spatial differentiation and related cultural identity of calligraphic landscapes in tourist districts: A comparative study between China and Japan[J]. Scientia Geographica Sinica, 2014, 34(7): 831-839.]

[29] 张心怡, 张敏. 重大事故影响下的工人社区衰退机制与韧性——基于过滤理论的分析[J]. 地理研究, 2022, 41(2): 546-561. [Zhang Xinyi, Zhang Min. The decline and resilience of worker community under the influence of accidents: Based on filtering theory[J]. Geographical Research, 2022, 41(2): 546-561.]

[30] 朱竑, 贾莲莲. 基于旅游"城市化"背景下的城市"旅游化"——桂林案例[J]. 经济地理, 2006, 26(1): 151-155. [Zhu Hong, Jia Lianlian. The form of urban tourism based on the tourism urbanization[J]. Economic Geography, 2006, 26(1): 151-155.]

[31] 余国扬. 达沃斯现象研究[J]. 热带地理, 2003, 23(1): 13-17. [Yu Guoyang. A study on Davos phenomenon[J]. Tropical Geography, 2003, 23(1): 13-17.]

[32] 周玲吉, 陈天. 瑞士洛桑城市规划经验对我国山水城市更新的启示[C]//中国城市规划学会. 规划60年: 成就与挑战——2016中国城市规划年会论文集(14山地城乡规划). 北京: 中国建筑工业出版社, 2016: 311-318. [Zhou Lingji, Chen Tian. Implications of the Lausanne urban planning experience for urban regeneration in China's landscape[C]//Chinese Society of Urban Planning. 60 Years of Planning: Achievements and Challenges-Proceedings of the 2016 China Urban Planning Annual Conference (14 Mountain Urban and Rural Planning). Beijing: China Construction Industry Press, 2016: 311-318.]

[33] 王春雷, 涂天慧. 城市旅游目的地品牌资产管理研究——以荷兰阿姆斯特丹为例[J]. 全球城市研究, 2021, 2(2): 110-126, 193. [Wang Chunlei, Tu Tianhui. Study on urban tourism destination brand equity management: Taking Amsterdam as an example [J]. Global Cities Research, 2021, 2(2): 110-126, 193.]

[34] Joseph D R, Harry A C. Cultivating a global identity[J]. Journal of Social and Political Psychology, 2015, 3(2): 310-330.

[35] 余洋洋, 巫达. 全球化与在地化[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2021, 43(4): 17-23. [Yu Yangyang, Wu Da. Globalization and indigenization[J]. Journal of Guangxi Minzu University (Philosophy and Social Science Edition), 2021, 43(4): 17-23.]

[36] 封丹, 朱竑, Breitung W. 基于居民感知的跨界意义研究——以深港跨界居民为例[J]. 人文地理, 2019, 34(3): 53-60. [Feng Dan, Zhu Hong, Breitung W. The interactions between cross-border mobility, sense of place and border perceptions: A case of Hong Kong and Shenzhen border crossers[J]. Human Geography, 2019, 34(3): 53-60.]

[37] Zhu H, Qian J X, Gao Y. Globalization and the production of city image in Guangzhou's metro station advertisements[J]. Cities, 2011, 28(3): 221-229.

[38] 文彤, 张玉林, 梁祎. 公众视角下的地方与无地方: 基于游客饮食体验感知的研究[J]. 热带地理, 2020, 40(5): 775-785. [Wen Tong, Zhang Yulin, Liang Yi. Place and placelessness: The perception of tourists' local food taste in Hong Kong[J]. Tropical Geography, 2020, 40(5): 775-785.]

[39] 吴偲, 朱竑, 李军. 粤港澳大学生的美展感知及地方感影响差异: 基于多群组结构方程模型分析[J]. 地理科学, 2021, 41(4): 645-655. [Wu Cai, Zhu Hong, Li Jun. Differences in the impact of art exhibition perception and sense of place among college students from Guangdong, Hong Kong and Macau: Model analysis based on multi-group structural equation[J]. Scientia Geographica Sinica, 2021, 41(4): 645-655.]

[40] 卢松, 李卓妍. 城市居民对大型活动影响的感知与态度模式——以首届中国国际进口博览会为例[J]. 地理学报, 2021, 76(12): 3025-3042. [Lu Song, Li Zhuoyan. Urban residents' perceptions and attitudes towards the impacts of mega-event: A case study of the first China International Import Expo[J]. Acta Geographica Sinica, 2021, 76(12): 3025-3042.]

[41] 袁玲燕, 张玥. 旅游与全球化关系研究进展及启示[J]. 世界地理研究, 2018, 27(6): 115-126. [Yuan Lingyan, Zhang Yue. The research progress and enlightenments of the relationship between tourism and globalization[J]. World Regional Studies, 2018, 27(6): 115-126.]

[42] 徐茗, 卢松. 城市语言景观研究进展及展望[J]. 人文地理, 2015 (1): 21-25. [Xu Ming, Lu Song. Research progress and prospect of urban linguistic landscape[J]. Human Geography, 2015(1): 21-25.]

[43] 敖荣军, 常亮. 基于结构方程模型的中国县域人口老龄化影响机制[J]. 地理学报, 2020, 75(8): 1572-1584. [Ao Rongjun, Chang Liang. Influencing mechanism of regional ageing in China based on the structural equation model[J]. Acta Geographica Sinica, 2020, 75(8): 1572-1584.]

Globalization path of cultural tourism cities based on residents' perception: A case of Dunhuang City, China

WANG Yidan[1], YANG Yongchun[1,2], LIU Qing[3], LU Zhongmingnan[4], HE Yao[1]

(1. College of Earth and Environmental Sciences, Lanzhou University, Lanzhou 730000, Gansu, China; 2. Ministry of Education Key Laboratory of Western China's Environmental Systems, Lanzhou University, Lanzhou 730000, Gansu, China; 3. School of Geography and Planning, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275, Guangdong, China; 4. Department of Architecture, Design and Planning, The University of Sydney, Sydney 2006, New South Wales, Australia)

Abstract: The globalized image of a tourism city is based on residential identity and environmental perception under globalization. This study combs through the evolution process and characteristics of Dunhuang's transformation from a localized city to a globalized city based on tourism since the start of the country's reform and opening up policy, and tries to conclude the "reverse" globalization path based on cultural tourism that breaks through the traditional linear industrial transformation mode, in which states transform from agricultural to industrial, and then to the service industry. The results show the following: (1) The willingness of local residents to accept and adapt to foreign cultures, mindsets, and lifestyles promoted the globalization of Dunhuang City; the promotion of the globalization of Dunhuang City through international exchange and communication is indirectly achieved by enhancing the international visibility and influence of cultural tourism resources and promoting economic development through conferences; the globalization of the urban landscape and communication contributes to the globalization of cultural communication because the outstanding location of Dunhuang City, which is deep inland of western China, greatly promotes the cultural exchange and cooperation among cities; the path coefficient of urban landscape globalization perception on the tourism city brand globalization perception indicates that urban planning and the development of infrastructure and tourism service facilities can increase the visibility of Dunhuang City as an international tourism city and contribute to its integration into the international tourism network. (2) This study analyzes the driving mechanism of Dunhuang's globalization from four behavioral aspects: the government, residents, foreign tourists, and academic institutions. From the development process of Dunhuang's globalization, it can be seen that its globalization origins are from the opening of the city's tourism and international cultural communication by promoting the city's world heritage characteristics and having global tourism visits, receptions, and other city diplomacy events. Subsequently, Dunhuang's international tourism drives the city's construction and transformation, the related infrastructure and services continue to be modernized and internationalized, and a combination of foreign exchanges and tourism promotion meetings continues to broaden the city's source market and improve the stability of the tourism market. Finally, Dunhuang's urban transformation and cultural landscape feeds back into the city's tourism and global marketing. This globalization process can be broadly divided into three phases: rapid start, stable development, and reform and development. The transformation and globalization of Dunhuang City can be divided into three phases: (1) transformation from a traditional agricultural county to a cultural tourism city, driven by the market demand generated by overseas tourist visits; (2) formation of an economic development model, which is underpinned by the cultural tourism industry and accelerates the construction and upgrade of urban infrastructure; (3) promotion of the transformation from a modern cultural tourism city to an "international exchange center" and "top international tourism center", with deepening integration of cultural tourism industries and strengthening of the development of global target markets. The elements of globalization in Dunhuang City are spatially expressed as driven by market forces and influenced by government macropolicy regulation, and that the spatiotemporal evolution of tourism elements has obvious stages, imbalances, and unevenness.

Key words: globalization paths; perception of residents; structurals equation model; Dunhuang City